

**PERBEDAAN NARSISTIK MAHASISWA LAKI-LAKI DAN
PEREMPUAN PADA PENGGUNA SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM* DI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS 45 SURABAYA**

Oleh :

Novia Hendro Kusumawati¹, Eva Nur Rachmah²

Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya

Email : evanoer.rachma@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan narsistik pada mahasiswa laki-laki dan perempuan. Narsistik adalah pola kepribadian yang didominasi oleh perasaan dirinya hebat, senang dipuji dan dikagumi serta tidak ada rasa empati, kepribadian narsistik memiliki perasaan yang kuat bahwa dirinya adalah orang yang sangat penting serta merupakan individu yang unik. Mereka sangat sulit sekali menerima kritikan dari orang lain, sering ambisius, dan mencari ketenangan.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas 45 Surabaya dengan jumlah subjek peneliti sebanyak 72 orang, 36 subjek laki – laki dan 36 subjek perempuan. Metode pengumpulan data dengan menggunakan Skala Narsistik terdapat 16 item yang digunakan dengan koefisien reliabilitas 0,717. Semua pengujian menggunakan bantuan program dari SPSS for windows versi 22. Hasil analisis data dengan Uji-t didapat nilai *mean* Perempuan sebesar 34,56 daripada nilai *mean* laki-laki sebesar 34,25. Hasil analisis data ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan narsistik pada Mahasiswa laki-laki dan perempuan pengguna media sosial *instagram*.

Kata kunci : *Narsistik, Fakultas Psikologi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di era modern ini, dimana teknologi sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Dengan kehadiran teknologi saat ini banyak memberikan perubahan diberbagai sektor kehidupan manusia. Sebab teknologi menawarkan kemudahan yang belum didapatkan sebelumnya. internet merupakan suatu hal yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat modern di indonesia. Banyak jenis aplikasi yang memudahkan bagi pengguna internet. Berbagai jenis media sosial untuk saling berkoneksi antar kota hingga berbagai negara lain dan mendapat informasi yang sedang *tranding*. Adapun jenis aplikasi media sosial yang kini sedang booming *facebook, twitter, linkedin, tumblr, pinterest, dan instagram*.

Pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan tingginya populasi di Indonesia. Hal ini juga meningkatnya penggunaan media sosial seperti aplikasi *Instagram* dan *Facebook*. dikutip dari Katadata tahun 2019 di Indonesia mengalami peningkatan pengguna media sosial sebanyak 20% yakni mencapai jumlah 150 juta pengguna. Jumlah penggunaan *Facebook* di Indonesia terbanyak di Dunia yang mengalahakan Negara Meksiko, Filipina, Vietnam, dan Thailand.

Kecenderungan narsistik di jejaring sosial *facebook* sebelumnya pernah diteliti oleh Kristanto (2008: 78) hasil penelitiannya menyatakan bahwa tingkat kecenderungan narsistik pengguna *facebook* mahasiswa Psikologi Fakultas ilmu pendidikan Universitas Negeri Semarang termasuk kategori sedang. Sebaliknya penelitian lain menunjukkan bahwa berdasarkan data yang diperoleh, para pengguna *friendster* memiliki kecenderungan narsisme dan harga diri yang dimiliki masih dalam batas rendah, dengan kata lain pengguna *frienster* yang memiliki harga diri yang rendah mempunyai kecenderungan narsisme. Indikasi narsisme bisa dilihat dari sesering apa individu tersebut menampilkan fotonya dalam *facebook (FB)* (Kaya & Bicen, 2016).

Mahasiswa merupakan individu-individu yang berusia remaja yang merupakan masa transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Pada masa ini, seseorang akan mengalami perkembangan dalam mencapai kematangan fisik, mental, sosial dan emosional (Ali & Asrori, 2004). Menurut Setiawan (2016) dalam perjalanan kehidupan sebagai mahasiswa tentunya akan banyak sekali kebutuhan-kebutuhan dan permasalahan yang dialami, seperti; kebutuhan jasmaniah, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan untuk dimiliki dan dicintai, kebutuhan untuk dianggap penting, kebutuhan akan harga diri yang tinggi, kebutuhan akan informasi, kebutuhan untuk lebih dimengerti, kebutuhan akan keindahan, serta kebutuhan akan aktualisasi diri dan perwujudan diri. Terdapat alasan utama mengapa para remaja menjadi sering menggunakan media sosial *instagram*. *Instagram* selain digunakan untuk memudahkan komunikasi jarak jauh juga terdapat alasan lain yaitu menurut penelitian yang dilakukan Putri dan Nurwati (2016), remaja berusaha mencari perhatian melalui media sosial *instagram* yang seakan-akan menggambarkan gaya hidupnya padahal apa yang diunggah tidak sesuai dengan kenyataan, selain itu media sosial *instagram* digunakan untuk mencari popularitas.

Media sosial saat ini sudah mulai diminati oleh hampir semua lapisan masyarakat, dari yang tua, muda, anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Profesi dan jenis kelamin juga bukan menjadi halangan seseorang dalam mengakses akun jejaring sosialnya. Secara khusus dilaporkan oleh *Pew Research Center's Internet dan American life Project Tracking Surveys*, untuk jumlah pengguna jejaring sosial *instagram* sendiri, perempuan hanya unggul sebesar 6 persen saja dibanding laki-laki (Hadi, 2013). Survei ini membuktikan bahwa pengguna aktif jejaring sosial tidak terbatas hanya pada satu kaum saja, namun penggunaannya sudah mulai merata antara laki-laki dan perempuan. Riset lain juga menyatakan bahwa lebih dari setengah responden mengaku langsung mengunggah foto mereka yang diambil dengan *smartphone* ke profil media sosialnya, yang dalam hal ini ternyata perempuan cenderung lebih gesit dan lihai, terbukti 57 persen perempuan bisa berbagi foto secepat kilat dari *smartphone* mereka (Savitri, 2013). Sebaliknya, untuk urusan mengambil gambar diri sendiri atau selfie, laki-laki justru lebih sering melakukannya daripada wanita. Hasil ini diperoleh dari sebuah survei yang dilakukan oleh *Samsung* yang menunjukkan bahwa dari 2.000 orang, 17 persen pria mengaku lebih sering mengambil foto diri sendiri (selfie), sedangkan persentase perempuan jauh di bawah itu, yakni hanya 10 persen (Savitri, 2013).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, terhadap 3 mahasiswa fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya yang aktif dalam menggunakan media sosial *instagram*. Menurut penuturan subjek FY Mahasiswa Laki-laki pada tanggal 13 Oktober 2019 di Ruang Fakultas Psikologi bahwa dirinya suka mengupload aktivitas foto dan video dirinya dengan teman-temannya, maupun membuat stories video klip dance, karena FY ingin memperlihatkan bahwa apa yang FY lakukan untuk followers instagramnya. FY merasa lebih diperhatikan orang lain atau lebih populer dan puas terhadap dirinya sendiri ketika banyak like dan komen dari upload fotonya. FY terkadang merasa iri ketika jumlah followerstemannya lebih banyak daripada FY. Sejak saat itulah FY merasa sebal dan sering mengupload video di instagram untuk mendapatkan banyak like.

Selanjutnya subjek Mahasiswa perempuan YD pada tanggal 28 Oktober 2019 di Coworking Space siola Surabaya. YD aktif di instagram untuk menambah jumlah followernya. Setiap harinya YD memposting foto dan video dirinya. Dari tanya jawab personal di *instagram story*, nongkrong di kafe, berdandan hingga aktivitas kesehariannya. YD mengaku bahwa sering mengupdate segala aktifitas yang dilakukannya baik disaat sendiri maupun dengan teman-temannya untuk mendapatkan pujian dan perhatian dari followersnya. Selanjutnya Mahasiswa perempuan subjek RD pada Tanggal 3 November 2019 di Ruang Fakultas Psikologi. RD merasa dengan aktif di instagram membuat dia menjadi dikenal. Setiap hari RD sering memposting foto dan video. Dari promosi berjualan produk, nge gym, memasak, beribadah hingga aktivitas kuliah. RD mengaku bahwa sering mengupdate segala aktifitas yang dilakukannya baik disaat sendiri maupun dengan teman-temannya untuk mendapatkan perhatian dari followersnya. RD terkadang merasa iri dengan temannya di Instagram yang jauh lebih terkenal darinya.

Ada berbagai faktor yang menyebabkan munculnya narsistik. (Lubis, 1993) faktor-faktor yang mempengaruhi narsistik diantaranya faktor psikologis, faktor biologis, dan faktor sosiologis, sadikides, dkk (2004) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi narsistik adalah harga diri, depresi, kesepian, dan *subjective well being*. Fenomena yang terjadi akibat jejaring sosial instagram ini sangat menarik untuk diteliti. Baik pada laki-laki maupun perempuan, menggugah suatu foto secara aktif di jejaring sosial, khususnya *instagram*, sudah menjadi suatu gaya hidup dan seakan akan telah menjadi semacam norma baru serta begitu kental peranannya dalam dunia modern (Husnantiya, 2014). Rumusan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada perbedaan narsistik pada mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan Fakultas psikologi pengguna *instagram* di Universitas 45 Surabaya? “Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan narsistik pada mahasiswa laki-laki dan perempuan fakultas psikologi pengguna *instagram* di Universitas 45 Surabaya.

Narsistik adalah pola kepribadian yang didominasi oleh perasaan dirinya hebat, senang dipuji dan dikagumi serta tidak ada rasa empati, kepribadian narsistik memiliki perasaan yang kuat bahwa dirinya adalah orang yang sangat penting serta merupakan individu yang unik. Mereka sangat sulit sekali menerima kritikan dari orang lain, sering ambisius, dan mencari ketenangan (Ardani, 2011). Sedangkan menurut Davidson, dkk (2012) orang-orang dengan kepribadian narsistik memiliki pandangan yang berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka, mereka terfokus dengan fantasi keberhasilan besar.

American Psychiatric Association (2000) menjelaskan bahwa gangguan kepribadian narsistik merupakan suatu pola kepribadian yang menetap ditandai dengan adanya fantasi atau perilaku berlebihan terhadap kebutuhan besar untuk dikagumi oleh orang lain. (Campbell & Miller, 2011). Nevid, dkk (2005) menambahkan bahwa orang dengan gangguan kepribadian narsistik biasanya ingin dirinya dilihat memiliki kelebihan dari orang lain dan mengharapkan akan pujian.. Menurut Campbell (dalam Adi, 2008) mengatakan bahwa orang narsistik cenderung selalu meminta balas balik terhadap hal-hal yang telah dikerjakannya, selalu menilai dirinya berperilaku paling baik.

Karakteristik gangguan kepribadian narsistik ditujukan pada orang-orang yang menunjukkan pola tentang sesuatu yang berlebihan seperti yang terlihat, dari lima atau lebih hal-hal berikut yaitu faham kebesaran tentang dirinya, tenggelam dalam hayalan akan kesuksesan, kekuasaan, kecerdasan, kecantikan atau cinta yang ideal, kepercayaan bahwa mereka begitu istimewa dan bahwa mereka hanya harus bergabung dengan orang lain yang dapat mengerti mereka. Kebutuhan akan kebanggaan yang berlebihan menuntut suatu hak; Gaya interpersonal yang bersifat Eksploitasi, kurangnya rasa empati, iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri hati serta perilaku dan sikap yang arogan (Halgin dan Susan, 2010) Individu-individu narsistik memiliki perasaan diri sosok yang tidak realistis, tidak dapat menerima kritik, memanipulasi orang lain dan kurang empati. Karakteristik ini dapat mengarah pada permasalahan dalam hubungan substansial di masa

depannya.

Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat di simpulkan bahwa kecenderungan narsistik merupakan suatu keinginan seseorang untuk cenderung meminta pengaguman, pujian, dan pemujaan diri sendiri tentang keunikan, kelebihan, kesuksesan, kemampuannya yang lebih tinggi dibandingkan orang lain, serta mengharapkan perhatian yang lebih dari orang lain sebagai bentuk penilaian atas dirinya.

Individu dengan kecenderungan narsistik mempunyai ciri-ciri, antara lain: suka mempercantik diri, suka berdandan, dan suka mengagumi dirinya sendiri secara berlebihan.

Diagnostic Statistical and Manual Mental Disorder (DSM-V) menyatakan bahwa individu dapat dianggap mengalami gangguan kepribadian narsistik meliputi:

- a. Keyakinan bahwa seseorang unik atau istimewa dan hanya boleh bergaul dengan orang lain dengan status yang sama
- b. Kebutuhan konstan untuk perhatian, afirmasi, dan pujian
- c. Rasa berlebihan dari kemampuan dan prestasi seseorang sendiri
- d. Mengeksploitasi orang lain untuk keuntungan pribadi
- e. Merasa iri pada orang lain, atau percaya bahwa orang lain iri pada mereka
- f. Kurangnya empati bagi orang lain
- g. Fantasi terus-menerus tentang mencapai kesuksesan dan kekuasaan
- h. Keasyikan dengan kekuasaan atau keberhasilan
- i. Rasa hak dan harapan perlakuan khusus

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri narsistik yaitu merasa diri paling hebat, dipengaruhi dengan fantasi tentang kekuasaan, memiliki kebutuhan untuk dikagumi secara berlebihan, merasa selalu ingin diperlakukan secara istimewa, kurang ber empati, menunjukkan keangkuhan dan perilaku yang sombong, merasa iri dan merasa dirinya individu yang unik dan spesial.

Sedikides, dkk (2004) menyatakan faktor yang mempengaruhi narsistik adalah:

1. *Self-esteem* (Harga Diri); seseorang yang mengalami ketidakstabilan dalam faktor *self-esteem* dan sangat bergantung pada interaksisosial.
2. *Depression* (Depresi); berpikiran negatif terhadap diri sendiri, lingkungan, dan masa depan yang mengalami rasa bersalah dan menarik diri dalam menjalani kehidupan.
3. *Loneliness* (Kesepian); perasaan dimana seseorang kurang memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain

dalam lingkungannya.

4. *Subjective Well-being*; seseorang merasakan kebahagiaan hanya dengan sebatas pada suatu hal.

Menurut Raskin & Terry (1988), Raskin & Terry (1988) mengatakan seseorang dengan nilai tinggi pada Narcissistic Personality Inventory memiliki kecenderungan untuk melihat apapun berdasarkan orientasi dirinya sendiri. Seseorang dengan kondisi seperti itu cenderung memiliki sifat pamer, keinginan untuk selalu mendominasi, tegas yang cenderung sombong, dan pengkritik. Mereka selalu menilai positif terhadap hasil pekerjaan mereka dibandingkan penilaian orang lain. Ada 7 indikator yang dapat mengidentifikasi narsistik adalah: (1) Otoritas (*authority*), ditandai dengan anggapan menjadi pemimpin atau menjadi seseorang yang berkuasa; (2) Eksibisionisme (*exhibitionism*), ditandai dengan anggapan sangat menyukai untuk menjadi pusat perhatian dan adanya kemauan untuk memastikan dirinya menjadi pusat perhatian; (3) Pemenuhan diri (*self-sufficiency*), ditandai dengan anggapan percaya dapat memenuhi kebutuhan sendiri dengan kemampuannya sendiri; (4) Eksploitasi (*exploitativeness*), ditandai dengan anggapan bahwa bisa menjadi seseorang yang memanfaatkan orang lain dan menjadi seseorang yang berhasil dengan cara mengeksploitasi orang lain; (5) Superioritas (*superiority*), ditandai dengan anggapan menjadi superior ataupun menjadi angkuh dengan merasa bahwa dirinya sendiri yang paling hebat, angkuh dan penting; (6) Keangkuhan (*vanity*), ditandai dengan menjadi angkuh dan beranggapan bahwa dirinya lebih menarik; serta (7) Hak (*entitlement*), ditandai dengan anggapan yang mengacu pada harapan dan jumlah hak seseorang dalam hidup mereka.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsistik adalah kepribadian individu yang ditandai dengan adanya keinginan berlebihan terhadap kekuasaan, kecantikan, kesuksesan atau cinta yang ideal atau kasih sayang, kurangnya kemampuan untuk berempati, kebutuhan besar untuk di kagumi oleh orang lain sebagai penilaian atas dirinya.

Boyd dan Ellison (2008:11) mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi-umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut. Situs jejaring sosial dianggap sebagai ekstensi diri di dunia maya dan hubungan-hubungan yang ada di dalamnya juga merupakan ekstensi dari hubungan-hubungan yang benar-benar ada. Hal ini, didukung dalam penelitian yang dilakukan Lampe (dalam Puntoadi, 2011:2), yang menemukan bahwa alasan penggunaan situs jejaring sosial adalah untuk mencari orang-orang yang mereka kenal dan berinteraksi dengan teman-teman tersebut, dan bukan untuk mencari teman-teman baru.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *Facebook* yang memungkinkan teman *Facebook* kita mengikuti akun *Instagram* kita. Makin populernya *Instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk- produknya lewat *Instagram* (M Nisrina, 2015 : 137).

Instagram selain digunakan untuk memudahkan komunikasi jarak jauh juga terdapat alasan lain yaitu individu berusaha mencari perhatian melalui media sosial *instagram* yang seakan akan menggambarkan gaya hidupnya padahal apa yang diunggah tidak sesuai dengan kenyataan, selain itu media sosial *instagram* digunakan untuk mencari popularitas. Menurut Hungu (2007) jenis kelamin (seks) adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Seks berkaitan dengan tubuh laki-laki dan perempuan, di mana laki-laki memproduksi sperma, sementara perempuan menghasilkan sel telur dan secara biologis mampu untuk menstruasi, hamil dan menyusui. Perbedaan biologis dan fungsi biologis laki-laki dan perempuan tidak dapat dipertukarkan diantara keduanya, dan fungsinya tetap dengan laki-laki dan perempuan pada segala ras yang ada di muka bumi.

Kusumawati (2007) menyatakan bahwa keadaan biologis yang dimiliki oleh laki-laki maupun perempuan dianggap mampu mempengaruhi tingkah lakunya. Perbedaan anatomi biologis dan hormon-hormon dalam tubuh dianggap berpengaruh pada perkembangan emosional dan kapasitas intelektual masing-masing, meskipun tidak dapat dikatakan semuanya benar. Identifikasi perbedaan emosional dan intelektual antara laki-laki dan perempuan menurut Unger (Kusumawati, 2007) memaparkan bahwa laki-laki cenderung sangat agresif, kurang emosional, lebih aktif, lebih logis, lebih kompetitif, lebih suka berpetualang dan umumnya selalu tampil sebagai pemimpin. Sebaliknya, perempuan dipaparkan sebagai manusia yang tidak terlalu agresif, lebih emosional, lebih pasif, kurang kompetitif, tidak suka berpetualang dan tidak umum tampil sebagai pemimpin.

Hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan narsistik antara laki – laki dan perempuan pengguna *instagram* di Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas 45 Surabaya yang beralamat Jalan Mayjen Sungkono 106 Surabaya. Untuk pelaksanaannya dilakukan pada tanggal 12 - 19 Agustus 2020. Subyek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas 45 Surabaya yaitu 201 mahasiswa.

Skala narsistik ini disusun dengan model skala likert yang dimodifikasi dalam bentuk alternatif jawaban dengan menghilangkan jawabana netral. Pada skala ini

terdapat beberapa butir pernyataan yang terdiri dari dua kelompok yaitu favorable dan unfavorable. Kisi-kisi narsistik adalah), seseorang dengan nilai tinggi pada *Narcissistic Personality Inventory* memiliki kecenderungan untuk melihat apapun berdasarkan orientasi dirinya sendiri. Seseorang dengan kondisi seperti itu cenderung memiliki sifat pamer, keinginan untuk selalu mendominasi, tegas yang cenderung sombong, dan pengkritik. Mereka selalu menilai positif terhadap hasil pekerjaan mereka dibandingkan penilaian orang lain. Ada 7 dimensi yang dapat mengidentifikasi narsistik adalah: (1) Otoritas (*authority*), (2) Eksbisionisme (*exhibitionism*), (3) Pemenuhan diri (*self-sufficiency*), (4) Eksploitasi (*exploitiveness*), (5) Superioritas (*superiority*), (6) Keangkuhan (*vanity*), dan (7) Hak (*entitlement*).

Menguji validitas skala narsistik dalam penelitian ini menggunakan *statistical packages for social science (spss) versi 22 for windows*. Skala narsistik memiliki 16 aitem, terdapat 10 aitem yang gugur sehingga diperoleh 6 aitem yang valid. Sebaran aitem yang valid diantara lain x1, x2, x4, x5, x6, dan x13. Sebaran aitem valid dan gugur pada variabel narsistik, sebagai berikut :

Setelah dilakukan uji validitas, maka dilakukan uji reliabilitas terhadap alat ukur menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program *spss ver. 22 for windows*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Pada variabel narsistik diperoleh koefisien sebesar 0,717 yang berarti variabel religiusitas tergolong reliable.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa Perempuan lebih Narsis daripada Laki – laki. Sejalan dengan pernyataan (C.S. Andreassen, 2015), Sebagian besar pengguna media sosial didominasi oleh wanita, hal ini disebabkan sebagian besar karena adanya kecenderungan perilaku adiksi melalui aktifitas berinteraksi sosial. Riset lain juga menyatakan bahwa lebih dari setengah responden mengaku langsung meng-*upload* foto mereka ke profil media sosialnya, yang dalam hal ini ternyata perempuan cenderung lebih gesit dan cepat, terbukti 57 persen perempuan bisa berbagi foto sangat cepat dari *smartphone* mereka (Savitri, 2013)..

Adanya perbedaan narsistik antara laki – laki dan perempuan pengguna media sosial *instagram* dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti teknologi internet, gaya hidup, budaya massa, perubahan *stereotype gender* dan perubahan fungsi foto dalam lingkungan mahasiswa. Faktor – faktor penyebab tersebut juga menjadi hal yang dapat memengaruhi pola pikir maupun perilaku seseorang, baik di dunia *online* maupun di dunia nyata.

Teknologi internet, salah satunya media sosial *instagram*, merupakan salah satu cara yang memudahkan manusia untuk saling berinteraksi dengan jarak jauh. Kemudahan mengakses *instagram* ini juga didukung oleh tersedianya akses internet yang mudah didapatkan dan ketersediaan perangkat elektronik dengan

harga terjangkau., sehingga masyarakat dapat dengan mudah memilikinya, termasuk mahasiswa. Grant (Mazman & Uzluel, 2011) menambahkan bahwa jejaring sosial sebagian besar digunakan oleh remaja dan dewasa awal sebagai penghubung kepribadian mereka untuk ditunjukkan kepada teman-teman mereka dan dunia mengenai siapa diri mereka, apa yang mereka pedulikan dan dengan siapa mereka memiliki pemikiran yang sama. Buffardi & Cambell (2008) menambahkan bahwa para pengguna jejaring sosial juga seingkali mengunggah foto yang bertujuan untuk mempromosikan diri dan kecantikan mereka melalui foto tersebut.

Penyebab kedua yang mempengaruhi adanya perbedaan narsistik antara laki – laki dan perempuan pengguna media sosial *instagram* adalah budaya massa. Menurut Rasyadian (2012), dalam budaya massa, si pelaku cenderung ‘latah’ meniru segala sesuatu yang sedang *trand* atau viral. Ketika melihat orang lain merasa nyaman dan aktif terhadap suatu hal. Dalam hal ini misalnya media sosial *instagram*, terlebih lagi jika hal tersebut memberikan pengaruh yang cukup kuat, misalnya pengakuan dan pemujaan dari orang lain, mungkin saja terjadi. Semakin banyak individu yang memiliki alasan tersebut dalam mengakses media sosial *instagramnya*, maka dikhawatirkan akan terus menciptakan individu-individu yang memiliki kecenderungan narsistik. Hal tersebut kemudian membentuk sebuah budaya baru dimana seseorang meniru dan melakukannya berulang kali sehingga menyebabkan budaya narsis terus berkembang.

Menurut Twenge (Cambell & Miller, 2011), budaya memiliki pengaruh pada sifat-sifat kepribadian narsistik. Semakin individualistik suatu bangsa dan periode waktu yang menghasilkan lebih banyak produk budaya narsistik, maka semakin banyak pula individu yang menyatakan dirinya sebagai seorang narsistik. Dilanjutkan oleh Twenge, hubungan antara budaya dan sifat individu ialah timbal balik, dimana budaya narsistik mampu menghasilkan individu yang narsis, begitu pula dengan individu narsistik dapat mendorong budaya ke arah narsistik yang lebih besar (Campbell & Miller, 2011)

Penyebab selanjutnya adalah *life style* atau gaya hidup yang dimiliki laki-laki ataupun perempuan masa kini. Penampilan fisik cenderung menjadi prioritas bagi perempuan. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya iklan perawatan tubuh di berbagai macam media massa, baik cetak maupun elektronik

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa orang-orang dapat mendeteksi narsisme tanpa berkenalan satu sama lain, mereka dapat mendeteksi narsistik melalui halaman media sosialnya seseorang (Buffardi & Campbell, 2008) dan melalui foto mereka (Vazire, dkk, 2008). Sedangkan beberapa penelitian yang mulai meneliti hal yang hampir sama, menegaskan bahwa jika ingin mengetahui apakah seseorang memang memiliki kecenderungan narsistik atau tidak, dibutuhkan interaksi tatap muka dibanding hanya sekedar kesan terhadap satu atau beberapa foto ataupun melalui profil media sosialnya saja (Campbell & Miller, 2011). Faktor tersebut juga menjadi salah satu hal yang menyebabkan perbedaan narsistik antara laki-laki dan perempuan pengguna jejaring sosial *instagram*. Hal ini disebabkan kecenderungan narsistik sebaiknya bukan hanya dilihat berdasarkan foto atau profil jejaring sosial seseorang, namun juga perlu

dilakukannya penelitian mendalam mengenai perilaku yang ditunjukkan orang dengan narsistik di luar dunia online, yaitu di dunia nyata.

Dalam penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan tingkat narsistik pada mahasiswa laki-laki dan perempuan. Selain itu dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan memiliki tingkat narsistik lebih tinggi daripada mahasiswa laki-laki. Hal tersebut dapat terjadi pengaruh faktor-faktor yang dijelaskan diatas. Faktor yang ditemukan dalam penelitian ini yang mempengaruhi mahasiswa perempuan memiliki narsistik yang lebih tinggi daripada laki-laki salah satunya yaitu pada mahasiswa perempuan dengan mengikuti *life style* atau gaya hidup yang modern untuk memprioritaskan dirinya selalu tampil cantik dan untuk mendapatkan pengaguman dari orang lain, dimana hal tersebut dalam faktor yang mendorong seseorang berperilaku narsistik. Berbeda dengan mahasiswa laki-laki yang cenderung lebih santai dan tidak mengharap kekaguman dari orang lain. Walaupun ada juga laki-laki yang memprioritaskan penampilannya dengan mengikuti *life style* karena dalam hal ini hasil dari olah data menyebutkan bahwa hasil mean antara laki-laki dan perempuan hanya berbeda tipis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis penelitsn dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

Dalam penelitian ini didapka hasil rata-rata (*mean*) tingkat narsistik pada mahasiswa perempuan lebih tinggi dari tingkat narsistik mahasiswa laki-laki. Hal ini dapat dilihat dari hasil rata-rata (*mean*) yang diperoleh, yaitu Nilai *mean* laki-laki sebesar 34,25 dan Nilai *mean* Perempuan sebesar 34,56, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Perempuan lebih Narsis daripada Laki-laki.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, diharapkan dapat melakukan pebelitian mengenai tipe-tipe narsistik misalnya, dengan mengambil wilayah penelitian yang lebih luas, sampel lebih banyak, dan rancangan penelitian yang lebih kompleks seperti eksperimen modifikasi. Sehingga didapatkan hasil yang lebih optimal dan dapat digeneralisasikan pada wilayah yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. S. (2009). Harga Diri Dan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi* Vol 3, No. 1. 12-14 Universitas Gunadarma: Yogyakarta.
- Adi, P. S., & Yudiati, M. E A. (2009). Harga diri dan kecenderungan narsisme pada pengguna Friendster. *Jurnal psikologi*, 3(1), 25-32.

- Adi, P.S. & Yudiati, M. E. A. (2009). Harga Diri dan Kecenderungan Narsisme pada Pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi* Volume 3, No. 1. (Online), diakses 4 Maret (2020).
- Ali, M., & Asrori. (2004). *Psikologi remaja perkembangan peserta didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- American Psychiatric Association. (2000). *Desk reference to the DSM III*. Washington, DC: American Psychiatric Press.
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. Fourth Edition, Text Revision*. Washington DC: APA.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.)*. Washington, DC: American Psychiatric Association.
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Apsari, F. (2012). Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metroseksual. *Jurnal Talenta Psikologi* Vol. 01 No.2, Agustus 2012. (Online). diakses 4 Maret (2020).
- Apsari, F. 2012. Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing Pada Pria Metroseksual. *Jurnal Talenta Psikologi* Vol. 1 No.2. 20-25. Fakultas Psikologi: Universitas Sahid Surakarta
- Arianti, R. (2015). Hubungan Minat Selfie Terhadap Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Siswa-Siswi di SMPN 7 Kelas VII Banjarmasin. *Jurnal. Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, IAIN Antasari Banjarmasin*.
- Arymami, Dian. (2015). *Pieces of me: Selfie Culture Trends*. Lecturer, Department of Comunication, Faculty of Sosial and Political Sciences, Gajahmada University of Yogyakarta.
- Austin, M. W. (2013). *Self-Deception and Social Media*. (Online) diakses 5 Maret (2020).
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L (2017). “Let me take a selfie”: Associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 6 (1), 48-60
- Borda, P. A, Eisenberg, M., Ackard, D. & Neumark-Sztainer, N. (2001). The link between body dissatisfaction and self-esteem in adolescents; Similiarties across

- gender, age, weight status, race, and socioeconomic status. *Journal of Adolescent Health*. 40, 290-296.
- Buffardi, L. E. & Campbell, W.K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 34 No. 10. (Online). Diakses 4 Maret (2020).
- Caers, R., De Feyter, T., De Couck., Stough, T., Vigna, C., & Du Bois, C. (2013). Facebook: A literature review. *New Media and Society*, 15, 982-1002.
- Campbell W. K., Kwan & Miller, J. D. (2000, 2004 & 2011). *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Theoretical Approaches, Empirical Finding and Treatment*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(2), 7.
- Cruz, E. G., & Thomham, H. (2015). Selfies beyond self-representation: The (theoretical) f(r)ictions of a practice. *Journal of Aesthetics and Culture*, (7), 1-10.
- Dayakisni, Tri & Hudaniah. (2006). *Psikologi sosial*. Yogyakarta: UMM Press.
- Dorethy, M. D., Fibert, M. S., & Warre, C. R. (2014). Examining social networking site behaviors: Photo sharing and impression management on facebook. *International review of Social Sciences and Humanities*, 6, 111-116.
- Frosh, Paul. (2015). The gesture image: The selfie, photography teory, and kinesthetic sociability. *International Journal of Communication*, 9, 1607-1628.
- Goodman, C. L & Leff, B. (2012). *The everything guide to narcissistic personality disorder*. Massachusett: Adams Media.
- Goodman, C.L. & Leff, B. (2012). *The Everything Guide to Narcissistic Personality Disorder*. Massachusetts: Adams Media.
- Nevid, dkk. (2005). *Psikologi Abnormal*. Jakarta: Erlangga.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi . (2020) Data Prodi. Diakses 14 Mei 2020,
- Pengguna Instagram Dan Facebook Indonesia Terbesar ke 4 Di Dunia (2019, 19 Juni). *Suara.com [on-line]*. Diakses pada 23 November 2019.
- Plante, T. (2013). Does social media add steroids to our narcissistic culture?. (Online) diakses 5 Maret (2020).

- Rahma, K, (2016). Budaya Narsisme Dan Selfie. Jurnal Psikologi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Raskin, R. N & Hall, C. S. (1979). A narcissistic personality inventory. Psychological Report, 45, 590.
- Raskin, R. N. & Hall, C. S. (1981). The Narcissistic personality inventory: Alternate form reliability and further evidence of construct validity. Journal of Personality Assesment, 45, 159-162.
- Raskin, R. N., Terry & Hall, C. S. (1988). A Principal component analysis of the narcissistic personality inventory and futher evidence of its construct validity. Journal of Personality and Social Psychology, 54, 890-902.